

ABSTRACT

TikTok created the TikTok Shop feature so that it can carry out its mission to make its users happy by providing convenience for shopping without the need to switch applications. This study aims to determine the effect of Live Streaming, Marketing Content, and Online Customer Reviews on Purchasing Decisions at the Sweaterpolos.id store in the TikTok application (a study of sweaterpolos.id consumers). This research utilizes a quantitative approach with a population of sweaterpolos.id followers. Methods research, namely the probability sampling method which determines the sample using a purposive sampling technique. The sample was selected according to the guidelines (Sugiono, 2019) which resulted in as many as 100 respondents. In analyzing the data the linear regression method was used by utilizing the SPSS 24 analysis tool. The results of the research conducted showed that live streaming, marketing content, and online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions at the sweaterpolos.id store in the TikTok application (study of sweaterpolos.id consumers).

ABSTRAK

TikTok membuat fitur TikTok Shop agar bisa melaksanakan misinya untuk membahagiakan para penggunanya dengan memberikan kemudahan berbelanja tanpa perlu berpindah aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Live Streaming*, *Konten Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian pada toko Sweaterpolos.id diaplikasi TikTok (studi terhadap konsumen sweaterpolos.id). Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan populasi adalah pengikut akus sweaterpolos.id. Metode penelitian yaitu metode *probability sampling* yang menentukan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dipilih sesuai dengan pedoman (Sugiono, 2019) yang menghasilkan sebanyak 100 responden. Dalam menganalisis data digunakan metode regresi linier dengan memanfaatkan alat analisis SPSS 24. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *live streaming*, *konten marketing*, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko sweaterpolos.id diaplikasi TikTok (studi terhadap konsumen sweaterpolos.id).